

O Ecossistema da Apple no Brasil

Valor para usuários e desenvolvedores

Silvia Fagá de Almeida

Sócia-fundadora, eoa consultoria econômica
Professora na FGV (Fundação Getúlio Vargas)

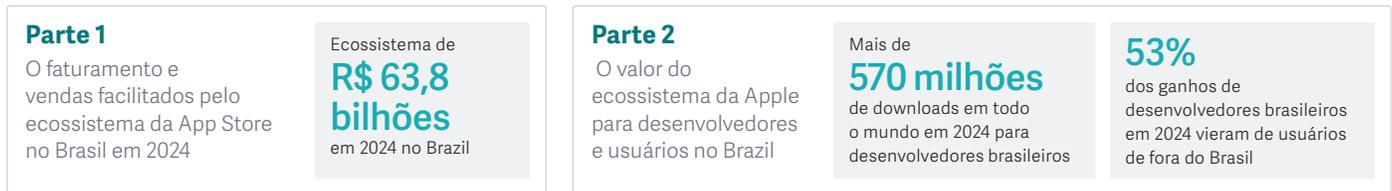
Setembro de 2025

Apoio financeiro e dados para este estudo foram fornecidos pela Apple.
As conclusões e opiniões expressas são exclusivamente do autor.

Resumo

A App Store no Brasil está no centro de um ecossistema que abrange usuários e desenvolvedores de apps para iOS, junto aos recursos e ferramentas que a Apple fornece para ajudar esses usuários e desenvolvedores a se conectarem. Este conjunto é referido ao longo deste relatório como o “ecossistema da Apple”. Este relatório explora os benefícios para os usuários e desenvolvedores de apps que o impulsionam. Para apoiar esta análise, este relatório estima o faturamento e vendas facilitados pelo ecossistema da App Store no Brasil, com foco nos usuários de apps, nos desenvolvedores e nos modelos de negócios e estratégias de monetização disponíveis para eles. Além disso, este relatório discute algumas políticas, diretrizes e recursos importantes da plataforma iOS que favorecem a geração de valor econômico por meio da App Store. Esses recursos incluem as ferramentas e os serviços oferecidos pela Apple a usuários e desenvolvedores, e as regras que promovem um mercado digital seguro.

O faturamento e vendas facilitados pelo ecossistema da App Store no Brasil somaram mais de R\$ 63,8 bilhões em 2024. Para mais de 90% desse valor, desenvolvedores de apps não precisam pagar nenhuma comissão à Apple.



A política de comissão da App Store abrange todas as tecnologias, ferramentas, e serviços da Apple, e é aplicável da mesma maneira a todos os desenvolvedores que vendem produtos e serviços digitais em um determinado local. A taxa de comissão da App Store é de 30%, mas a maioria dos desenvolvedores brasileiros que vendem produtos e serviços digitais têm direito a uma taxa de comissão reduzida de 15% sobre as vendas feitas via compras dentro de apps ou downloads pagos (por exemplo, por meio do programa da App Store para pequenas empresas e do Vídeo Partner Program).^{1,2,3} A maioria dos desenvolvedores brasileiros não paga comissão à Apple e, entre os que pagaram comissão em 2024, 78% se valeram da taxa reduzida.⁴

A App Store promove uma comunidade dinâmica de desenvolvedores no Brasil: em 2024, usuários do mundo todo realizaram o download de apps de desenvolvedores brasileiros mais de 570 milhões de vezes por meio da App Store. O mercado nacional tem apresentado crescimento expressivo, com os ganhos de receita da loja brasileira aumentando quase cinco vezes desde 2019. Desenvolvedores brasileiros também têm acesso a uma base global de usuários por meio da App Store: juntos, eles distribuem seus apps nas 175 lojas disponíveis mundialmente. Em 2024, mais de 70% dos desenvolvedores brasileiros estavam ativos em várias lojas, e 53% de seus ganhos com a App Store vieram de usuários de fora do país, oferecendo um canal para que desenvolvedores brasileiros possam vender para um público global.

A App Store também oferece um ambiente seguro tanto para desenvolvedores quanto para usuários brasileiros, regido por políticas como as Diretrizes de Revisão de Apps e processos para garantir padrões de privacidade, de segurança e de conteúdo.

- Para desenvolvedores, a Apple fornece uma tecnologia integrada de hardware e software, além de ferramentas como as mais de 250 mil APIs, incluindo aquelas presentes em frameworks como o HealthKit, a API Metal, Core ML e a API Translate. A Apple também investe em treinamento para ajudar desenvolvedores a criar apps, e as ferramentas de distribuição, segurança, descoberta, pagamento e análise da App Store os ajudam a alcançar usuários em todo o mundo.
- Para usuários, a Apple promove o uso seguro de apps com o desenvolvimento de mecanismos que excluem agentes mal-intencionados e previnem fraudes. Além disso, oferece recursos que ajudam os usuários a gerenciar e proteger suas compras, compartilhar compras com familiares e controlar o seu tempo de tela.

Essas diretrizes, ferramentas e serviços beneficiam tanto desenvolvedores quanto usuários, promovendo o crescimento não só no número e na qualidade de apps disponíveis para, e baixados por, usuários, mas também do faturamento e vendas facilitados pelo ecossistema da App Store.

1 “Desenvolvedores brasileiros” abrange tanto desenvolvedores individuais no Brasil quanto equipes de desenvolvimento com base operacional no Brasil.

2 Desde 2021, todos os novos desenvolvedores e desenvolvedores com ganhos de até US\$ 1 milhão na App Store no ano-calendário imediatamente anterior são elegíveis para se inscrever no programa da App Store para pequenas empresas.

3 Além do programa da App Store para pequenas empresas e do Vídeo Partner Program—para serviços de streaming qualificados—, outros programas e políticas por meio dos quais a Apple oferece uma taxa de comissão reduzida incluem a Apple Reader Rule, em que os aplicativos podem se inscrever no programa External Link Account Entitlement, permitindo que os usuários gerenciem suas contas e conteúdos fora do aplicativo, e o News Partner Program—para publicações de notícias por assinatura que fornecem seu conteúdo ao Apple News.

4 Desenvolvedores com ganhos totais na App Store abaixo de R\$ 5.400 são excluídos da análise.

Parte 1 – App Store, um ecossistema dinâmico movido por desenvolvedores locais

Definições de Faturamento e Vendas

“Faturamento” se refere aos pagamentos por downloads pagos e compras dentro de apps, incluindo assinaturas, que usam o sistema de compras dentro de apps da Apple. “Vendas” se refere à quantia gasta por clientes na compra de produtos e serviços em geral. O termo “facilitado” inclui diversas formas como os apps contribuem para a geração de faturamento e vendas.

Metodologia

“Apps para iOS” neste relatório se refere a apps para o iPhone e iPad. Apps desenvolvidos pela Apple, como o Apple Music, e apps de navegadores de internet em aparelhos móveis, como o Google Chrome, não são incluídos nesta análise. As categorias apresentadas neste relatório não refletem as categorias da App Store.

Anúncios dentro de apps

Estimativas de receitas com anúncios dentro de apps para iOS incluem receitas geradas com a publicação de anúncios somente dentro de apps. As estimativas não incluem as receitas de redes de anúncios ou outras tecnologias de publicidade, anúncios na internet em aparelhos móveis (como em apps de navegadores de internet) ou anúncios em buscas (como o Apple Search Ads).

A App Store no Brasil é um ecossistema dinâmico. Em 2024, usuários do iOS no Brasil baixaram apps quase 1,5 bilhões de vezes e a App Store do Brasil recebeu em média 25,5 milhões de visitantes por semana. Uma parte importante do ecossistema da App Store no Brasil é movida pela comunidade local de desenvolvedores: 31% desses downloads vieram de apps criados por desenvolvedores brasileiros.

O dinamismo desse ecossistema se reflete no faturamento e vendas facilitados pelo ecossistema da App Store, que totalizaram mais de R\$ 63,8 bilhões em 2024.

Dos **R\$ 63,8** bilhões, **R\$ 6** bilhões, ou quase 9%, vieram de produtos e serviços digitais consumidos em apps para iOS; **R\$ 50** bilhões, ou 79%, foram de compras de produtos e serviços físicos realizadas em apps para iOS; e **R\$ 7,5** bilhões, ou 12%, foram de anúncios dentro de apps em aparelhos com iOS. (Consulte a **Tabela 1**.)

Tabela 1: Estimativa de Faturamento e Vendas Facilitados pelo Ecossistema da App Store no Brasil, 2024 (em bilhões)*

Produtos e Serviços Digitais**	R\$ 6,10	10%
Produtos e Serviços Físicos***	R\$ 50,22	79%
M-Commerce		
Varejo	R\$ 24,13	38%
Transporte por Aplicativo	R\$ 9,15	14%
Viagem	R\$ 8,04	13%
Delivery e Retirada de Comida	R\$ 6,99	11%
Mercado	R\$ 1,92	3%
Anúncios Dentro de Apps****	R\$ 7,46	12%
Total	R\$ 63,78	100%

* Os totais podem não ser precisos devido ao arredondamento.

** O faturamento e as vendas de produtos e serviços digitais não são o mesmo que o faturamento da App Store. As vendas de produtos e serviços digitais comprados em outros locais, mas usados em apps em aparelhos Apple, são incluídas na análise, enquanto o faturamento com compras dentro de apps realizadas através da App Store, mas usadas em outros lugares, é excluído. A estimativa se baseia em fontes de terceiros e dados da Apple. Consulte o Apêndice para obter mais detalhes.

*** As vendas de produtos e serviços físicos se baseiam em estimativas de fontes terceiras, incluindo Comscore, Omdia e Statista. Para varejo e mercado, as vendas totais de e-commerce e m-commerce são baseadas em EMARKETER, “Country Retail eCommerce and mCommerce Sales”. Consulte o Apêndice para obter mais detalhes.

**** A receita proveniente de anúncios dentro de apps para iOS não inclui a receita de redes de anúncios ou outras tecnologias de publicidade, anúncios na internet em aparelhos móveis ou anúncios em buscas, incluindo o Apple Search Ads.

O uso de apps no Brasil cresceu significativamente nos últimos anos, posicionando o país como uma economia mais digitalizada, em que o cotidiano é cada vez mais movido por apps. Eventos globais como a pandemia direcionaram atividades para o ambiente online, aumentando o uso de ferramentas corporativas e os gastos com e-commerce.

A Apple não recebe comissão sobre compras de **produtos e serviços digitais que acontecem fora dos apps** (por exemplo, comprar uma assinatura de um jornal por meio de um navegador de internet), sobre **compras de produtos e serviços físicos por meio de apps** (por exemplo, quando um usuário paga por uma carona em um app ou compra mantimentos online), **ou sobre a receita com anúncios dentro de apps** (por exemplo, receita de anúncios para anúncios comprados por anunciantes fora do app e colocados pelos desenvolvedores dentro de apps usando APIs de rede de anúncios).

Os desenvolvedores não precisam pagar nenhuma comissão de serviço à Apple para mais de 90% dos R\$ 63,8 bilhões em faturamento e vendas facilitados pelo ecossistema da App Store no Brasil. Essa proporção é semelhante à encontrada por desenvolvedores no resto do mundo. (Consulte a **Tabela 1 do Apêndice** para obter mais detalhes sobre a metodologia.)

Produtos e serviços digitais: um ambiente em expansão para games e criação de conteúdo. Em 2024, o faturamento e as vendas relacionadas a produtos e serviços digitais foram impulsionados principalmente por apps de games e apps de edição de fotos e vídeos. Constituindo o maior mercado de games da América Latina, o Brasil continua a registrar altos gastos especialmente nos aparelhos celulares. Ao mesmo tempo, os brasileiros estão entre os usuários mais ativos de redes sociais no mundo, com apps como o Instagram e o WhatsApp desempenhando um papel essencial no dia a dia das pessoas.ⁱ Essa cultura altamente engajada nas redes sociais alimentou a popularidade de apps de edição de fotos e vídeos com base em assinatura, como Canva e CapCut, que são ferramentas importantes para criadores de conteúdo.

Produtos e serviços físicos: o e-commerce está impulsionando os gastos dentro de apps para iOS; transporte por aplicativo e delivery de comida estão evoluindo. Em 2024, os gastos realizados no iOS com produtos e serviços físicos no Brasil foram dominados pelo varejo, destacando a importância do e-commerce para os brasileiros. Apps de compras como o Mercado Livre, Shopee e Magalu estão entre os mais populares no Brasil.ⁱⁱ



Mercado Livre

A ascensão dos apps de transporte teve um impacto significativo no transporte urbano no Brasil. Apps como o 99 oferecem opções de transporte acessíveis que atendem à demanda do Brasil por soluções de mobilidade seguras e convenientes.ⁱⁱⁱ



99

O setor de delivery e retirada de comidas também evoluiu, com muitos apps expandindo seus horizontes para além do delivery tradicional de comida de restaurante. Por exemplo, apps de delivery de comida investiram em “dark kitchens”, restaurantes que operam exclusivamente com delivery através de apps.^{iv}

Anúncios dentro de apps e engajamento. A grande maioria dos anúncios dentro de apps foi impulsionada pelos gastos com anúncios em apps não relacionados a games, os quais incluem apps de redes sociais, mensagens, mídia, produtividade e e-commerce. Os anúncios dentro de apps tiveram um aumento significativo no Brasil, alimentados pela popularidade em ascensão dos apps para aparelhos móveis e pelo crescimento da economia digital. Anunciantes no Brasil estão cada vez mais explorando o potencial dos anúncios dentro de apps para engajar um público amplo e ativo.

De maneira geral, o ecossistema da App Store no Brasil está prosperando, e o uso de apps está moldando a forma como as pessoas realizam compras, se comunicam, viajam e efetuam pagamentos.

Estimativa do porte do ecossistema da App Store

Esse estudo tem como base a metodologia para estimar o faturamento e vendas facilitados pelo ecossistema da App Store a partir dos estudos realizados por Borck, Caminade e von Wartburg ([How Large Is the Apple App Store Ecosystem?, A Global Perspective on the Apple App Store Ecosystem](#), and [The Continued Growth and Resilience of Apple's App Store Ecosystem](#)). Devido a alterações retroativas feitas nas fontes de dados de terceiros, alguns dados deste relatório foram atualizados para maior precisão e podem diferir de estudos anteriores.

Em conformidade com estudos passados, neste relatório, a monetização direta de apps representa uma pequena fração do comércio total facilitado pela App Store, uma vez que desenvolvedores podem monetizar seus apps de várias maneiras que não envolvem pagamentos através da App Store, tais como:

1. Venda de produtos e serviços digitais fora da App Store para uso dentro de apps em aparelhos Apple (por exemplo, assinaturas de jornais e revistas, streamings de música e vídeo)
2. Venda de produtos e serviços físicos por meio de apps em aparelhos Apple (por exemplo, delivery de comida e mantimentos ou transporte por aplicativo)
3. Oferta de conteúdo com anúncios dentro de apps (por exemplo, games com anúncios)

Embora esta análise capture as principais estratégias de monetização de apps, ela não abrange todas as maneiras como o ecossistema da App Store facilita vendas ou todos os benefícios criados pelos apps. Por exemplo, ela não apresenta os benefícios que as empresas têm de “apps complementares” que aumentam o valor de seus produtos e serviços, incluindo apps para casas inteligentes (por exemplo, Mibo Smart da Intelbras, Positivo Casa Inteligente) e apps de saúde (por exemplo, Nike Run Club), entre muitos outros.

Uma descrição completa da metodologia utilizada neste relatório pode ser encontrada no Apêndice.

Parte 2 – O valor do ecossistema da Apple para desenvolvedores e usuários no Brasil

Após fornecer uma visão geral da estrutura de comissões da Apple, esta seção descreve a bem-sucedida comunidade de desenvolvedores de app brasileiros e as ferramentas que a Apple oferece para apoiar esse sucesso. A seção também examina o valor que a Apple fornece aos usuários no Brasil, em especial os recursos de confiabilidade e segurança.

A App Store é uma loja digital que permite que desenvolvedores e usuários de apps interajam e realizem transações. Ela viabiliza que desenvolvedores de todos os portes distribuam apps (e atualizações) para uma grande base de usuários em todo o mundo. Os usuários podem baixar uma variedade de apps de muitos desenvolvedores diferentes. A App Store recebe uma comissão, que é um modelo de taxa de serviço de transação amplamente utilizado por diversos criadores de mercados digitais. Em contrapartida, o ecossistema da Apple agrega valor tanto para desenvolvedores de apps quanto para usuários, ao fornecer acesso a uma base global de usuários, ao investir continuamente em tecnologia, ferramentas e serviços para apoiar o desenvolvimento do ecossistema, e ao disponibilizar uma plataforma segura, protegida e privada.

A política de comissão da App Store é aplicada de forma consistente

A Apple recebe uma comissão dos desenvolvedores quando os usuários baixam apps pagos e realizam compras de conteúdo digital, serviços e assinaturas dentro de apps.⁵ A política de comissões da Apple é aplicável da mesma maneira a todos os desenvolvedores em um determinado local. A taxa de comissão padrão é simples e cobre todas as tecnologias, ferramentas e serviços disponibilizados pela Apple aos desenvolvedores.⁶ Por padrão, os desenvolvedores ganham 70% das vendas de apps pagos e compras dentro de apps, e a Apple recebe uma comissão de 30%. A comissão padrão não mudou desde o lançamento da App Store, quando a Apple também introduziu uma taxa de comissão reduzida de 15% e tem expandido a sua elegibilidade ao longo do tempo. A taxa reduzida se aplica a várias categorias de vendas, incluindo vendas de assinaturas após o primeiro ano e todas as vendas de desenvolvedores inscritos no programa da App Store para pequenas empresas (vide **Programa para pequenas empresas** na barra lateral). A grande maioria dos desenvolvedores brasileiros não paga nenhuma comissão à Apple, e entre aqueles que pagaram comissão em 2024, 78% pagaram a taxa reduzida.⁷

Em todo o mundo, os desenvolvedores frequentemente monetizam conteúdo digital e serviços em seus apps de maneiras que não envolvem pagamento de comissão à Apple. Os desenvolvedores podem vender conteúdo digital, serviços e assinaturas fora da App Store que podem ser consumidos dentro dos apps para iOS, os quais são

Programa para pequenas empresas

Em janeiro de 2021, a Apple lançou o programa da App Store para pequenas empresas, pelo qual novos desenvolvedores e desenvolvedores com ganhos de até US\$ 1 milhão na App Store no ano-calendário imediatamente anterior podem se qualificar a uma taxa de comissão reduzida de 15%.

5 Além disso, para fazer o upload de apps, a empresa cobra uma taxa de US\$ 99 pelo Apple Developer Program. Essas taxas são fixas e não afetam a taxa de comissão sobre o download de apps pagos ou compras dentro de apps, incluindo assinaturas.

6 Para vendas feitas em alguns países, devido a leis e regulamentos locais, os desenvolvedores podem optar por pagar apenas por determinados serviços da Apple.

7 Desenvolvedores com ganhos totais na App Store abaixo de R\$ 5.400 são excluídos da análise.

baixados e atualizados através da App Store. A Apple também não recebe comissão sobre anúncios dentro de apps, que é outra opção de monetização. Por exemplo, muitos desenvolvedores de games utilizam esse modelo de receita. A taxa de “comissão efetiva” que os desenvolvedores pagam, considerando todas as maneiras pelas quais podem ganhar dinheiro com compras digitais realizadas fora da App Store e a receita proveniente de anúncios dentro de apps, é inferior a 30%/15% em média.

A Apple promove uma comunidade dinâmica de desenvolvedores no Brasil

Desenvolvedores brasileiros de apps para iOS em 2024: em números

570 milhões
de downloads no
mundo todo em 2024

**Quase 5x de
crescimento**
nos ganhos dos
desenvolvedores com
usuários brasileiros
desde 2019



72%
dos desenvolvedores
ativos em lojas
fora do Brasil

53%
dos ganhos dos
desenvolvedores
vieram de usuários
fora do Brasil

1. Comunidade de desenvolvedores no Brasil

Em 2024, usuários de todo o mundo realizaram o download de apps de desenvolvedores brasileiros mais de 570 milhões de vezes através da App Store. Os ganhos de desenvolvedores brasileiros de apps para iOS cresceram 32% entre 2019 e 2024.⁸ Uma parte significativa desse crescimento foi impulsionada pelos usuários locais: em comparação com cinco anos atrás, os downloads de usuários brasileiros mais que dobraram e os ganhos com tais usuários aumentaram em quase cinco vezes (vide **Exemplos de apps de desenvolvedores brasileiros que tiveram sucesso no Brasil**). A Apple permitiu que desenvolvedores de todos os portes alcançassem sucesso: o total de ganhos de pequenos desenvolvedores na App Store que estavam ativos em 2021 aumentou em 55% entre 2021 e 2024 (vide **O sucesso de pequenos desenvolvedores na App Store**).

Exemplos de apps de desenvolvedores brasileiros que tiveram sucesso no Brasil



iFood: lançado em 2012,^v este app de delivery de restaurantes se expandiu, permitindo o delivery de produtos de mercados, farmácias e pet shops.^{vi} O iFood prospera no mercado de serviços de delivery de comida, sendo responsável por mais de 110 milhões de pedidos por mês em 1.500 cidades. Ele possui parcerias com 360 mil entregadores e 380 mil empresas.^{vii}



Kobe Apps: o Kobe Apps desenvolve apps corporativos para varejistas brasileiros. Ele desenvolveu mais de 80 projetos para grandes varejistas brasileiros, alcançando mais de 40 milhões de usuários.^{viii} Os clientes incluem a maior rede de lojas de chocolates do Brasil (Cacau Show), um dos varejistas de móveis mais conhecidos do Brasil (Tok & Stok) e uma grande rede brasileira de farmácias (Farmácias São João).^{ix} O Kobe Apps foi fundado por estudantes da Apple Developer Academy de Porto Alegre em 2013.



Nubank: o Nubank é uma empresa de tecnologia financeira (“fintech”) que tem sido líder na revolução bancária digital no Brasil.^x O app do Nubank permite que os clientes realizem a maioria dos serviços bancários através do app com custo mínimo, reduzindo a necessidade de visitas demoradas a agências bancárias associadas a bancos tradicionais no Brasil. O Nubank tem mais de 100 milhões de clientes no Brasil.^{xi}



gov.br: uma solução completa para tudo relacionado ao governo, o gov.br é um exemplo da transformação digital do Brasil no setor público. O gov.br permite que brasileiros realizem atividades essenciais como comprovar sua identidade ao acessar um site seguro, acessar sua declaração de imposto de renda pré-preenchida, assinar documentos digitais de forma segura e acessar sua carteira de motorista e registro de veículos.^{xii}



Magalu: o Magazine Luiza (“Magalu”) é um dos principais varejistas brasileiros, oferecendo mais de 1.200 lojas físicas, além de uma das maiores plataformas de e-commerce do Brasil. O Magalu lançou um app de compras em 2015 que teve mais de 50 milhões de usuários ativos mensais em 2024.^{xiii} O app Magalu oferece uma assistente virtual popular chamada “Lu” que faz comentários sobre os produtos e oferece suporte para os clientes.^{xiv}



Globoplay: o Globoplay é a maior plataforma de streaming do Brasil.^{xv} O app oferece um amplo catálogo de conteúdo nacional e internacional, incluindo produções originais exclusivas, telenovelas populares, séries, filmes e canais de TV ao vivo do Grupo Globo. Constituído uma peça importante no cenário de entretenimento digital do país, o Globoplay expandiu seu alcance com parcerias estratégicas e um foco crescente em conteúdo sob demanda e ao vivo, competindo com gigantes globais do streaming, enquanto mantém um forte apelo local.^{xvi}

⁸ “Ganhos de desenvolvedores” refere-se à receita que os desenvolvedores recebem da monetização de seus apps por meio de downloads pagos ou compras dentro de apps, calculada como o faturamento com a App Store líquido da comissão da Apple.

O sucesso de pequenos desenvolvedores na App Store

A Apple oferece muitas oportunidades para o crescimento e sucesso de pequenos desenvolvedores. Por exemplo, mais da metade dos desenvolvedores que ganharam mais de R\$ 1 milhão em 2024 não estavam na App Store ou tiveram menos de R\$ 50.000 em ganhos em 2019.^{9, xvii} Além disso, os ganhos totais com a App Store de pequenos desenvolvedores ativos em 2021 aumentaram 55% entre 2021 e 2024.¹⁰

Exemplos de apps de pequenos desenvolvedores



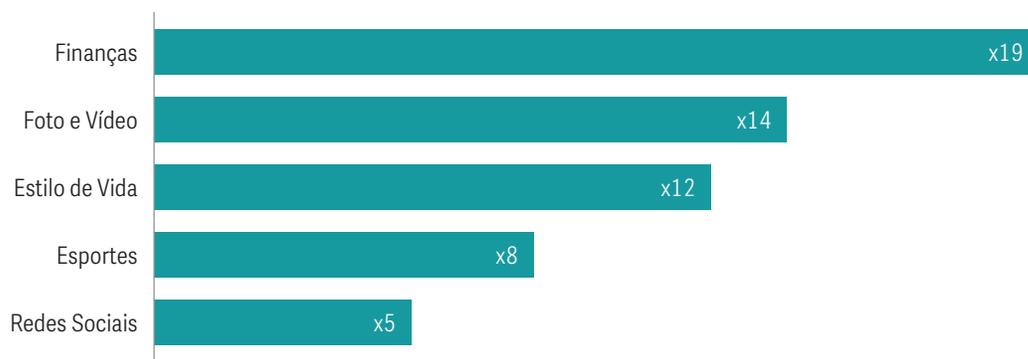
Zen: Zen é um app de bem-estar mental que oferece meditações guiadas, exercícios respiratórios e aulas de ioga. Ele participou do programa da App Store para pequenas empresas e foi nomeado como o App do Ano de 2016 e um dos Apps que Amamos em 2019 pela Apple.^{xviii}



Marcos Tanaka: Marcos Tanaka é um desenvolvedor brasileiro que lançou vários apps de música e vídeo de sucesso, incluindo MusicHarbor, Play, MusicSmart e MusicBox, entre outros. Seus apps foram avaliados e destacados por grandes portais online de mídia, como o The Verge e o 9to5Mac.^{xix} Ele participou do programa da App Store para pequenas empresas e do Apple Entrepreneur Camp.

Os desenvolvedores brasileiros têm sido cada vez mais bem-sucedidos em diferentes categorias de apps. Em 2024, Games e Entretenimento foram as categorias de apps com os maiores ganhos, contribuindo juntas com 67% dos ganhos totais de desenvolvedores brasileiros na App Store. Desde 2019, muitas outras categorias, entre elas Finanças, Foto e Vídeo e outras cresceram rapidamente, com os ganhos na App Store aumentando em mais de cinco vezes no período de 2019 a 2024 (consulte a **Figura 1**).

Figura 1: Principais Categorias de Apps por Crescimento dos Ganhos de Desenvolvedores Brasileiros (2019 a 2024)¹¹



* Categorias com menos de R\$ 1 milhão de ganhos totais em 2019 são excluídas.

9 O limite de R\$ 1 milhão foi selecionado para considerar o poder de compra local no Brasil. Veja World Bank, GDP per capita, PPP (current international \$).

10 Os critérios para categorizar pequenos desenvolvedores são mais amplos que os do programa da App Store para pequenas empresas e incluem desenvolvedores que não vendem produtos e serviços digitais diretamente pela App Store, bem como desenvolvedores que não participam no programa da App Store para pequenas empresas. Um desenvolvedor na App Store é considerado um desenvolvedor pequeno em um determinado ano se tiver menos de um milhão de downloads e menos de R\$ 5 milhões em ganhos com todos os seus apps naquele ano. Os desenvolvedores que nunca tiveram mais de 1.000 downloads anuais de 2021 a 2024 são excluídos da análise. Para limitar o efeito de alguns casos de sucessos em grande escala nos resultados, esta análise também exclui desenvolvedores que ganharam R\$ 10 milhões ou mais em qualquer ano no período de 2021 a 2024.

11 Com base em dados fornecidos pela Apple.

Os desenvolvedores brasileiros também criaram apps populares para entidades governamentais a fim de facilitar a prestação de serviços ao público. Por exemplo, além do gov.br (vide **Exemplos de apps de desenvolvedores brasileiros que tiveram sucesso no Brasil**), o e-Título oferece aos brasileiros acesso seguro às informações necessárias para votar, incluindo informações do cadastro de eleitores e locais de votação.^{xx} Além disso, o Árvore é um app educacional usado por mais de 2 milhões de estudantes em 11.000 escolas no Brasil,^{xxi} cujo foco principal é melhorar as habilidades de leitura e o engajamento dos alunos. O Árvore também desenvolveu um programa para melhorar o vocabulário, habilidades criativas e o bem-estar mental dos alunos.^{xxii}

Os desenvolvedores brasileiros também elaboraram apps voltados para aprimorar o trabalho de criadores em diversas áreas. Tais apps ajudam os usuários a desenvolver designs de moda e maquiagem, compor canções e batidas musicais customizadas, experimentar paletas de cores para usar em obras de arte e usar ferramentas assistidas por IA para criar trabalhos em diferentes mídias (vide **Exemplos de apps para criadores feitos por desenvolvedores brasileiros**).

Exemplos de apps para criadores feitos por desenvolvedores brasileiros



Prêt-à-Template: Prêt-à-Template ajuda no design de moda com ferramentas de desenho e camadas. Os desenvolvedores do app aproveitaram a tecnologia do iPad, incluindo a compatibilidade com o Apple Pencil, para criar uma ferramenta inovadora para a indústria do design de moda.^{xxiii} O app obteve sucesso no mundo todo, alcançando mais de 5,5 milhões de downloads.^{xxiv} A fundadora do Prêt-à-Template participou do grupo de desenvolvedoras e fundadoras da América Latina organizado pela Apple.



App Store
2024 iPad App of the Year

Moises: Moises é um app de música que isola e remove trechos individuais de instrumentos e vozes em músicas, permitindo os usuários adicionarem a própria voz ou instrumentos às músicas, ou criar seu próprio mix. O app também é capaz de gerar tabelas de acordes e transcrever a letra das músicas. Moises tem mais de 50 milhões de usuários no mundo todo e venceu o prêmio App do Ano para iPad em 2024.^{xxv}

2. Como a Apple e a App Store contribuíram para o sucesso de desenvolvedores

A plataforma mundial da App Store oferece a desenvolvedores brasileiros a oportunidade de distribuir seus apps a mais de um bilhão de usuários no mundo. Desenvolvedores brasileiros aproveitaram o alcance internacional da App Store e tiveram sucesso em atingir um público global:

- Eles coletivamente distribuem seus apps em todas as 175 lojas da App Store;
- Mais de 70% receberam downloads de lojas fora do Brasil em 2024; e
- Desenvolvedores com downloads de várias lojas estavam presentes em 10 lojas diferentes, em média.

Diversos desenvolvedores tiveram sucesso mundial (vide **Exemplos de apps de desenvolvedores brasileiros que tiveram sucesso mundial**).

Exemplos de apps de desenvolvedores brasileiros que tiveram sucesso mundial



Wildlife Studios: fundado em 2011, o Wildlife Studios é um estúdio de games para aparelhos móveis que desenvolve games populares no mundo todo, como War Machines, Tennis Clash e Zooba. É um dos maiores estúdios de games do mundo. O Wildlife Studios já lançou mais de 60 games, que, juntos, alcançaram mais de 3 bilhões de downloads no mundo todo. O desenvolvedor tem mais de 800 funcionários em oito escritórios.^{xxvi}



App Store
2023 Apple Watch App of the Year

SmartGym: SmartGym é um app de exercícios físicos que sugere rotinas de treino, mostra visualizações dos exercícios e registra os dados dos treinamentos. O SmartGym é o app de Saúde e Fitness mais baixado em mais de 30 países.^{xxvii} Ele ganhou o prêmio App do Ano para Apple Watch em 2023 da Apple^{xxviii} e foi finalista do Apple Design Awards em 2024.^{xxix}



Falou: desenvolvido pela empresa brasileira Moymer, Falou é um app de aprendizado rápido de idiomas com mais de 20 línguas disponíveis. O objetivo é aprender idiomas novos através de ferramentas de conversação prática e de pronúncia. O app já foi avaliado mais de um milhão de vezes com cinco estrelas e foi destacado pela Apple como um dos Apps que Amamos em 2023.^{xxx}



PlayKids+: criado pela desenvolvedora brasileira Movable, PlayKids+ traz vídeos e games adequados para crianças, ajudando no aprendizado e desenvolvimento infantil, além de oferecer para os adultos ferramentas de gestão de tempo de tela. O app inclui conteúdo original e materiais de terceiros licenciados com mais de mil desenhos, séries, games educativos e atividades interativas. O PlayKids+ já está disponível em mais de 180 países com conteúdo em quatro idiomas.^{xxxi}

O suporte e os benefícios adicionais do sistema de pagamento e comércio da Apple

O sistema de pagamento e comércio da Apple facilita a monetização local e mundial para desenvolvedores, apoiando o processamento de pagamentos de diferentes regiões e o gerenciamento de transações.

A App Store aceita um número crescente de métodos de pagamentos locais, e permite que os desenvolvedores cobrem os usuários em 44 moedas sem custo adicional. Assim, os usuários não precisam pagar taxas por transações internacionais ao transacionar na moeda local, mesmo que o desenvolvedor seja de outro país.

A App Store ajuda os desenvolvedores a precificar apps globalmente, permitindo que os desenvolvedores mantenham preços constantes em sua moeda local, enquanto a App Store faz ajustes considerando as mudanças nas taxas de câmbio e impostos variáveis nas lojas ao redor do mundo.

A Apple também administra impostos em nome dos desenvolvedores em mais de 70 países/regiões, além de permitir que classifiquem seus produtos conforme as regras fiscais locais. Isso reduz a carga administrativa dos desenvolvedores, sobretudo para aqueles que comercializam em várias lojas.

Para viabilizar a monetização no mundo todo, a App Store oferece ferramentas de pagamento e comércio que facilitam usuários fora do Brasil a adquirir apps, fazer pagamentos dentro de apps, e adquirir assinaturas. (Vide **O suporte e os benefícios adicionais do sistema de pagamento e comércio da Apple** na barra lateral.) Em 2024, 53% dos ganhos dos desenvolvedores brasileiros na App Store vieram de usuários fora do Brasil. Desenvolvedores que monetizaram em várias lojas obtiveram ganhos de usuários de 25 lojas, em média, em 2024.¹²

Além de oferecer aos desenvolvedores uma plataforma para alcançar uma base de usuários no mundo todo, os investimentos contínuos da Apple têm facilitado o desenvolvimento e a descoberta de novos apps, permitido que desenvolvedores adicionem novas funções a apps existentes e oferecido métricas para monitorar o desempenho e o engajamento dos apps. Como resultado, os desenvolvedores podem disponibilizar apps de maior qualidade com serviços aprimorados, o que leva a uma melhor experiência de usuário. Mais especificamente, a Apple apoia os desenvolvedores nas seguintes maneiras:

- **Tecnologia integrada de hardware e software, além de ferramentas e serviços para desenvolvedores:** a Apple já lançou mais de 250 mil APIs, incluindo aquelas presentes em frameworks como o HealthKit, uma opção segura para criar apps com base em dados de saúde do usuário (usado no app de exercícios físicos SmartGym); a API Metal, que pode melhorar o desempenho e possibilita a criação de designs avançados com gráficos pesados (usado no app de design de maquiagem Prêt-à-Makeup); Core ML, que permite integrar modelos de machine learning a apps (usado no app de música Moises); e a API Translate, que fornece ferramentas de tradução dentro de apps (usado no app de viagem Tripsy). (Vide **Exemplos de apps de desenvolvedores brasileiros que usam tecnologia e recursos da Apple.**)
- Ferramentas como **Xcode** e **Swift** foram projetadas para apoiar os desenvolvedores com o desenvolvimento de apps, incluindo o design visual, a adoção de recursos e frameworks e a solução de problemas. As ferramentas de teste beta, como o **TestFlight**, conectam desenvolvedores e usuários durante a fase de desenvolvimento do app. O número limitado de aparelhos e sistemas operacionais da Apple minimiza a fragmentação, o que facilita e reduz o custo do desenvolvimento em comparação ao Android, dado que os apps para iOS precisam ser projetados para uma quantidade menor de aparelhos e versões de sistemas operacionais.^{xxxii}
- **Distribuição:** a App Store permite que os desenvolvedores distribuam apps a usuários de iOS no mundo todo por meio de uma única plataforma. Também garante acesso aos recursos e atualizações de segurança mais recentes. Em 2024, a App Store facilitou, em média, mais de 66 bilhões de atualizações de apps toda semana no mundo, e quase 1,5 bilhão de atualizações para usuários no Brasil.

¹² Desenvolvedores com ganhos totais na App Store abaixo de R\$ 5 mil são excluídos da análise.

- **Confiabilidade e segurança:** os investimentos da Apple em confiabilidade e segurança garantem maior proteção aos usuários ao baixar apps na App Store. Um estudo revelou que 98% dos malwares para aparelhos móveis têm como alvo dispositivos com sistemas operacionais diferentes do iOS.^{xxxiii} Uma loja confiável facilita aos desenvolvedores alcançar usuários, que, por sua vez, podem baixar apps com segurança devido às políticas de Análise de Apps da Apple e ao histórico de investimentos contínuos em tecnologias para monitorar e prevenir atividades fraudulentas.
- **Descoberta:** desenvolvedores têm acesso a ferramentas que promovem a descoberta de seus apps e o engajamento dos usuários. A App Store facilita esse processo com páginas de produtos (por exemplo, classificações e avaliações na App Store, e a habilidade de criar páginas personalizadas para marketing, além de promoções que destacam diversos recursos do app a diferentes usuários), funções de pesquisa avançada (por exemplo, pesquisa em linguagem natural e sugestões de pesquisa), seleção e personalização (por exemplo, App do Dia), otimização e análise de dados (como o dashboard para desenvolvedores de apps e a otimização de marketing offline) e pré-venda de produtos (que permite que usuários comprem apps antes do lançamento).
- **Pagamentos e comércio:** a App Store permite que desenvolvedores aceitem métodos de pagamento locais diferentes e continua a expandir as opções de pagamento compatíveis.
- **Analytics:** a App Store oferece ferramentas analíticas para que desenvolvedores entendam o desempenho e o engajamento dos apps, avaliem tendências e as comparem com apps similares. Essas ferramentas são desenvolvidas preservando a privacidade dos dados dos desenvolvedores.
- **Treinamento e suporte para desenvolvedores:** desenvolvedores recebem suporte, acesso a guias e documentações e podem se conectar com especialistas da Apple, que apoia de maneira significativa os desenvolvedores brasileiros por meio de diferentes canais, como App Review Appointments, Apple Developer Academies, e App Store Consultations.

A Apple investe na próxima geração de desenvolvedores brasileiros com programas como a Apple Developer Academy. Elas são realizadas no Brasil há 12 anos e já receberam 5 mil estudantes. Das 18 Apple Developer Academies ativas no mundo, 10 estão distribuídas pelo Brasil, desde grandes cidades do Sudeste, como São Paulo e Rio de Janeiro, até cidades menores no Norte e Nordeste, como Manaus e Recife. Estudantes brasileiros que participaram da Apple Developer Academy alavancaram suas habilidades para encontrar sucesso: mais de 660 ex-estudantes venceram o Apple Swift Student Challenge. Além disso, ex-estudantes das Apple Developer Academies do Brasil já lançaram 1.650 apps na App Store (incluindo Kobe Apps e Tripsy) e fundaram mais de 100 startups.

Exemplos de apps de desenvolvedores brasileiros que usam tecnologia e recursos da Apple



Tripsy: um app de planejamento de viagem que ajuda a criar e compartilhar itinerários, monitorar gastos, acompanhar informações de voos, armazenar documentos e mais.^{xxxiv} O app usa a nova API Translate da Apple para traduzir endereços para o idioma local. A equipe de desenvolvimento trabalhou em estreita colaboração com a Apple ao criar a versão atual para otimizar a interface e a experiência do usuário. O desenvolvedor participou da Apple Developer Academy no Brasil e agora faz parte do programa da App Store para pequenas empresas. Tripsy foi um dos finalistas do App do Ano para iPhone em 2024.^{xxxv}



Grammartisch: um app de aprendizado de idiomas, Grammartisch ensina a gramática do alemão com lições e exercícios.^{xxxvi} Recentemente, todo o app foi migrado para a SwiftUI, que permitiu que fosse lançado no visionOS para o Apple Vision Pro. Com a ajuda do programa da App Store para pequenas empresas, o fundador do app Christian Becker deixou de trabalhar de forma independente em meio período e criou uma empresa com uma equipe em tempo integral para apoiar o crescimento do app.

A Apple agrega valor aos seus usuários no Brasil

A segurança e a privacidade que a App Store oferece aos usuários, somadas às ferramentas para gestão de apps, foram importantes para o aumento do número de downloads e do uso de apps para iOS ao longo do tempo. O método exclusivo da Apple integra hardware, software e outros serviços para fornecer aos usuários uma experiência segura, privada e controlada pelo usuário para descobrir e aproveitar novos apps. Portanto, a Apple cria políticas, regras e programas para promover a segurança e a utilidade das lojas da App Store.

1. A Apple e a App Store ajudaram a proteger usuários no Brasil contra fraude, violações de segurança e violações de privacidade

A fraude e a cibersegurança são grandes desafios no Brasil. Um estudo de 2024 estimou que uma em cada três pessoas brasileiras foi alvo de golpistas no ano anterior. As perdas foram estimadas em quase R\$ 300 bilhões.^{xxxvii} Em particular, a fraude digital, que ocorre em diversos canais, inclusive em redes sociais, SMS e e-mail, está crescendo.^{xxxviii} Cada vez mais as empresas brasileiras são alvo de crimes de cibersegurança. O governo nacional declarou que os incidentes de cibersegurança no país quase dobraram de 2023 a 2024, com mais de 9 mil notificações reportadas.^{xxxix}

Para proteger os usuários contra fraude, malwares e violações de segurança, **a Apple investiu na criação de políticas, tecnologias, ferramentas e processos para promover a confiança do usuário e a implantação de recursos para garantir que elas sejam cumpridas.** Os downloads feitos na App Store são livres de malware, protegendo usuários contra cibercriminosos e fraudes. A Apple analisa cada app e atualização como parte do processo de Análise de Apps para garantir os altos padrões de privacidade, segurança e conteúdo. Os apps e seu conteúdo devem seguir as Diretrizes de Revisão de Apps, ser atualizados periodicamente e não representar um risco à privacidade dos usuários. Além disso, as atualizações automáticas da App Store garantem que usuários tenham a versão mais recente e segura dos apps. Em comparação ao início dos anos 2000, quando o

Danos aos usuários causados por apps instalados via sideloading

Apps instalados via sideloading fora das lojas de apps oficiais foram responsáveis por dois exemplos importantes de violações de privacidade no Brasil recentemente, nenhum dos quais impactou aparelhos da Apple, que não permitem sideloading no Brasil.

Em 2023, o app de spyware WebDetetive foi hackeado por agentes mal-intencionados que acessaram os servidores do app. A invasão resultou no roubo de informações pessoais, como endereços de e-mail, endereços de IP e histórico de compras de 76 mil smartphones na América do Sul, principalmente no Brasil. O app estava disponível para instalar via sideloading no site do WebDetetive, mas não estava disponível nas principais lojas de apps.^{xi}

Em 2021, um malware em um app imitador do Itaú, um dos maiores bancos do Brasil, realizou transações financeiras fraudulentas em nome dos usuários. Tal app causou danos monetários e se apropriou de dados pessoais e financeiros. Ele estava disponível para download em uma loja de apps falsa, de onde foi baixado quase 2 milhões de vezes até dezembro de 2021. O app não estava disponível nas principais lojas de apps.^{xii}

download de software trazia o risco de baixar um produto enganoso ou infectar o próprio dispositivo com um vírus, a App Store trouxe segurança aos usuários no momento de baixar ou atualizar apps.

A Apple desenvolveu mecanismos para remover agentes mal-intencionados e prevenir fraude na App Store. A Apple dedica recursos significativos para remover avaliações, usuários e desenvolvedores fraudulentos e impedir fraudes de cartão de crédito e pagamento. Em 2024, a Apple bloqueou R\$ 167 milhões em transações possivelmente fraudulentas, preveniu o uso de quase 200 mil cartões de crédito roubados, e removeu mais de 5 milhões de classificações e avaliações no Brasil por suspeita de fraude.

Os recursos de privacidade da Apple também ajudaram a proteger usuários no Brasil. A App Store protege a privacidade dos usuários por meio da Transparência no Rastreamento em Apps. Essa medida exige que os apps solicitem a autorização do usuário antes de rastrear dados entre apps ou sites de outras empresas. Além disso, as etiquetas de privacidade exigem que cada app na App Store forneça aos usuários um resumo de fácil visualização das práticas de privacidade do desenvolvedor, fornecendo aos usuários informações essenciais sobre como o app usa seus dados. Esses recursos de privacidade também se aplicam aos próprios apps da Apple.

Como resultado das políticas e do processo de revisão da App Store, a Apple oferece apps mais seguros, protegendo contra cibercriminosos e fraudes. Isso sustenta a estratégia da Apple, baseada no desenvolvimento e na promoção da distribuição segura e sustentável de apps confiáveis. Fora do ecossistema da Apple, agentes mal-intencionados têm como alvo usuários por meio de apps instalados via sideloading para se apropriar de informações pessoais e realizar transações fraudulentas, como refletido em incidentes recentes de destaque no Brasil (vide **Danos aos usuários causados por apps instalados via sideloading** na barra lateral).

2. A Apple e a App Store fornecem ferramentas para os usuários gerenciarem seu conteúdo e uso

A Apple também agrega valor aos usuários fornecendo-lhes ferramentas para gerenciar o conteúdo e o uso de seus apps, o que promove a confiança ao oferecer mais controle. Entre elas estão ferramentas de gestão de compras, de compartilhamento e proteção familiar e de tempo de uso:

- **A Apple oferece aos usuários a capacidade de gerenciar e proteger o processo de compra.** A App Store fornece pagamentos seguros. Por meio da App Store, usuários podem monitorar e gerenciar os pagamentos e cancelamentos de assinaturas e compras dentro de apps, tudo em um só lugar. Se houver algum problema com uma compra em um app baixado da App Store, o AppleCare está disponível para suporte e emissão de reembolso.

- **A Apple fornece ferramentas para uso familiar e proteção das crianças**, incluindo o Compartilhamento Familiar, que permite que as famílias compartilhem compras, e o recurso “Pedir para comprar”, que permite que os pais aprovelem ou recusem solicitações de compra, para proteger as crianças. As políticas da App Store impõem diretrizes rígidas sobre coleta de dados e segurança em apps na categoria Crianças. Por exemplo, esses apps não podem enviar informações de identificação pessoal a terceiros ou conter análises ou anúncios de terceiros. E se esses apps incluírem links fora do app ou compras dentro de apps, um portão parental deve ser incluído. No caso de lojas de app que tenham políticas e processos de revisão menos rigorosos, apps direcionados a crianças podem exibir conteúdo impróprio e contornar o controle parental para as compras.^{xliii}
- **Usuários e pais podem usar a ferramenta Tempo de Uso da Apple para monitorar e gerenciar atividades em apps, tanto as próprias quanto as das crianças.** Recursos como o Limite de Apps permitem restringir o tempo gasto em apps específicos para promover um uso mais saudável do app. Para os pais, a ferramenta Tempo de Uso oferece um controle adicional do tempo que as crianças passam no aparelho, permitindo definir limites de apps, programar momentos de descanso e analisar relatórios detalhados de atividade.

Apêndice

Tabela 1 do Apêndice: Detalhamento de Onde a Apple Recebe uma Comissão sobre Faturamento e Vendas Facilitados pelo Ecossistema da App Store



A Apple recebe comissão sobre:

- **Produtos e serviços digitais** adquiridos *dentro* ou *através* da App Store, por exemplo:
 - * Assinaturas dentro de apps em apps de streaming de vídeo multiplataforma, como Netflix
 - * Assinaturas dentro de apps em apps de educação, como Duolingo
 - * Compras dentro de apps de recursos bônus de games

A Apple não recebe comissão sobre:

- **Produtos e serviços digitais** adquiridos *fora* da App Store, por exemplo:
 - * Assinaturas de apps de streaming de vídeo multiplataforma, como Netflix
 - * Assinaturas de apps de audiolivros, como Audible
 - * Assinaturas de apps de streaming de música, como Spotify
 - * Assinaturas de apps de notícias e revistas, como Folha de S.Paulo
- **Produtos e serviços físicos** solicitados dentro de apps, por exemplo:
 - * Corridas solicitadas pelo app do Uber
 - * Pedidos feitos no app da Amazon
 - * Itens de mercado para delivery comprados pelo app do iFood
 - * Taxas de transação sobre pagamentos digitais feitos dentro de apps
- **Anúncios dentro de apps** vendidos a anunciantes fora do app e colocados pelos desenvolvedores dentro de apps usando APIs de rede de anúncios, por exemplo:
 - * Apps que não são de games, como Pinterest e YouTube
 - * Apps de games, como Roblox e Candy Crush Saga

Abordagem metodológica

O estudo considera três estratégias principais de monetização de apps usadas pelos desenvolvedores:

- **Primeira: vender e distribuir produtos e serviços digitais.** A venda e distribuição de produtos e serviços digitais pode ser feita pela App Store através de downloads de apps pagos e compras dentro de apps, ou por meio da venda de conteúdo digital e assinaturas de apps multiplataforma que permitem o uso e consumo do app, tanto no ecossistema da App Store quanto em outros lugares. Exemplos de apps que usam essa estratégia de monetização são os apps de gaming, namoro, streaming de vídeo e música, fitness e saúde e notícias e revistas. (Consulte as estimativas na **Tabela 1**, “Produtos e Serviços Digitais”).
- **Segunda: vender produtos e serviços físicos pelo app.** Apps que usam essa estratégia de monetização são apps de e-commerce em geral, incluindo apps de transporte por aplicativo, delivery e retirada de comida, delivery e retirada de itens de mercado, varejo e viagem. (Consulte as estimativas na **Tabela 1**, “Produtos e Serviços Físicos”).
- **Terceira: vender anúncios dentro de apps.** Exemplos de apps que usam anúncios dentro de apps como estratégia principal de monetização são as redes sociais e apps de compartilhamento de vídeos curtos. (Consulte as estimativas na **Tabela 1**, “Anúncios Dentro de Apps”).

Diferentes metodologias e fontes de dados são usadas para estimar o faturamento e vendas facilitados pelo ecossistema da App Store para cada uma dessas estratégias de monetização. As fontes de dados incluem dados da Apple, empresas de análises de dados de apps, empresas de pesquisa de mercado e empresas individuais. Para garantir a confiabilidade e a robustez das estimativas, as principais informações são validadas e comparadas entre diferentes fontes de dados.

Embora esta análise inclua as estratégias de monetização de apps mais relevantes, ela não inclui todas as formas pelas quais o ecossistema da App Store facilita as vendas, nem todos os benefícios criados por apps. Por exemplo, ela não inclui os benefícios que empresas obtêm através de “apps complementares” que aumentam o valor de seus produtos e serviços, incluindo apps para casas inteligentes e apps de saúde.

Vendas e distribuição de produtos e serviços digitais

Os desenvolvedores podem escolher monetizar seus apps para iOS de diferentes formas, o que gera implicações quanto à forma adequada de estimar o faturamento total que a App Store facilita. Por exemplo, alguns desenvolvedores podem optar por monetizar seus apps para iOS apenas pela App Store, e esses apps somente podem ser usados na plataforma iOS. Para esses tipos de apps, o faturamento da App Store é equivalente às vendas geradas pelo app. Para apps para iOS que vendem produtos e serviços digitais apenas pela App Store, este estudo considera o faturamento total, incluindo a comissão

da Apple.¹³ O faturamento representa o valor total pago pelos consumidores.¹⁴ Para essas categorias, o estudo baseia-se nos dados da Apple de faturamento. Para jogos que realizam vendas por meio de lojas virtuais, este estudo ajusta os gastos nos jogos mais comuns em lojas virtuais para refletir melhor as vendas facilitadas pela App Store.

Outros desenvolvedores podem optar por monetizar seus apps para iOS fora da App Store (pela regra de leitura, por exemplo), e o conteúdo seria consumido em um app para iOS. Alguns monetizam tanto pela App Store quanto por outras plataformas ou aparelhos, e o conteúdo do app pode ser consumido em vários aparelhos. Em ambos os casos, as compras e o consumo não estão restritos a um aparelho específico e as compras podem não refletir onde os produtos e serviços são consumidos. Exemplos desses tipos de apps podem incluir serviços de streaming de vídeo ou música. Para ilustrar como as compras podem não refletir adequadamente o consumo, considere, por exemplo, a assinatura do serviço de streaming de vídeo Globoplay. Um usuário pode comprar uma assinatura da Globoplay em seu navegador de internet no seu aparelho móvel ou desktop, por exemplo, mas assistir à maior parte do conteúdo por meio do app da Globoplay em aparelhos iOS. Nesse caso, o faturamento da App Store seria zero e subestimaria o valor do produto da Globoplay aproveitado por apps em aparelhos da Apple.

Quando a compra e o uso diferem significativamente, o faturamento da App Store não mede de maneira precisa o engajamento com apps para iOS, e uma abordagem diferente é usada para atribuir a parte correta do faturamento e das vendas ao ecossistema da App Store. Nesses casos, as estimativas se baseiam na proporção do uso que ocorre em apps no ecossistema da App Store para estimar quanto das vendas totais de apps multiplataforma (App Store e fora da App Store) são facilitadas pelo ecossistema da App Store.

Para várias categorias de apps, este estudo estima o volume de vendas facilitadas pelo ecossistema da App Store: streaming de vídeo, streaming de música, eBooks e audiolivros, jornais e revistas e apps empresariais. O estudo também considera a variação nos hábitos de consumo de apps dos usuários em diferentes categorias, usando pesquisas de terceiros. Por exemplo, consumidores frequentemente escutam audiolivros por meio de apps em aparelhos móveis, enquanto é mais provável que transmitam vídeos em smart TVs. Além disso, quando os dados estão disponíveis, a variação nos padrões de consumo de usuários do iOS (e usuários de outros sistemas operacionais) pelo tipo de app é levada em consideração. Estimativas do total de vendas são baseadas nas informações de fontes de terceiros, normalmente empresas de pesquisa de mercado.^{15, xliii} As vendas totais são atribuídas usando a parcela de conteúdo consumido em apps em qualquer plataforma,

13 Em 2024, a taxa de comissão da Apple era de 30% para a venda de produtos e serviços digitais; para assinaturas, era de 30% no primeiro ano e 15% nos anos subsequentes. Os desenvolvedores que ganharam até US\$ 1 milhão (aproximadamente R\$ 5,39 milhões) em 2023 somando todos os seus apps, assim como desenvolvedores que são novos na App Store, são elegíveis para o programa da App Store para pequenas empresas e pagam uma comissão reduzida de 15%.

14 O faturamento da App Store em 2024 está em reais.

15 Estimativas de fontes de terceiros reportadas em dólares americanos são convertidas em reais usando a média anual das taxas de câmbio divulgada no site americano do Internal Revenue Service.

com base nas informações coletadas em pesquisas de marketing, relatórios empresariais ou dados sobre padrões de uso.^{xiv} Por fim, o uso é atribuído a aparelhos iOS da Apple de acordo com a participação de mercado do iOS para cada categoria de aparelho no Brasil.^{xiv}

Apps empresariais, que permitem que empresas e organizações forneçam ferramentas e recursos em smartphones e tablets, são tratados de forma diferente dos apps de consumo. Os padrões de uso são mais heterogêneos para apps empresariais do que os de consumo, e o uso de produtos empresariais em apps e desktop tende a ser mais integrado. Este estudo estima as vendas de oito grandes apps empresariais ou famílias de apps – Microsoft Office 365, Google Workspace (ou seja, versões empresariais de ferramentas de produtividade do Google, como Gmail e Documentos Google), Adobe (Acrobat), Dropbox, Box, Webex, Zoom e Slack. A análise também inclui uma estimativa de mercado total para apps de gerenciamento de mobilidade empresarial, que permite que os funcionários tenham acesso seguro ao conteúdo empresarial.^{xvi} As vendas são atribuídas ao mercado brasileiro usando estatísticas da Statista.

O total de faturamentos facilitados pela App Store e vendas facilitadas pelo seu ecossistema em categorias de produtos e serviços digitais são mostrados na **Tabela 1** (“Produtos e Serviços Digitais”).

Vendas de produtos e serviços físicos pelo app

Muitos desenvolvedores monetizam seus apps com a venda de produtos físicos pelo app. Isso inclui apps que permitem que os consumidores comprem produtos e serviços físicos. Este estudo se refere a esses apps de maneira ampla como apps de m-commerce.¹⁶ O grupo inclui apps para varejo, transporte por aplicativo, delivery e retirada de comida, delivery de itens de mercado e viagem. O total de vendas facilitadas pela App Store em categorias de produtos e serviços físicos é mostrado na **Tabela 1** (“Produtos e Serviços Físicos”) com um detalhamento por categorias.

No Brasil, os apps para aparelhos móveis são um canal importante de e-commerce devido à conveniência que oferecem.¹⁷ Os apps de varejistas como Amazon e Mercado Livre permitem que consumidores procurem e comprem produtos físicos dentro de apps e oferecem entrega. Além disso, os apps para aparelhos móveis — incluindo apps de serviços de transporte por aplicativo, delivery e retirada de comida, delivery e retirada de itens de mercado, assim como a retirada de outros pedidos — têm sido essenciais para a criação ou expansão de determinados modelos de negócios. As vendas em apps de m-commerce não acontecem pelo sistema de compras dentro de apps da Apple.¹⁸ Dados de terceiros são usados para estimar o volume das vendas de produtos e serviços

16 M-commerce se refere à compra ou venda de produtos e serviços realizadas através de aparelhos móveis, seja por apps ou navegadores de internet.

17 No Brasil, mais de 70% do varejo online é realizado através de aparelhos móveis. Ver PCMI, “Essentials of Brazil’s E-Commerce Market”, 1º de janeiro de 2025.

18 Desde o lançamento da App Store, a política da Apple tem sido de não cobrar comissão sobre produtos e serviços físicos ou sobre anúncios.

físicas de transações feitas em apps para aparelhos móveis.¹⁹ Para várias categorias de m-commerce, este estudo baseia-se nos dados do “Digital Market Outlook” e do “Mobility Market Outlook” da Statista com relação à receita proveniente de vendas online. Para varejo, as estimativas são da EMARKETER.

Para cada categoria de app, o volume total das vendas de e-commerce ou m-commerce é baseado em estimativas de fontes de terceiros, normalmente empresas de pesquisa de mercado.^{xlvii} Além disso, quando necessário, neste estudo foi atribuído o volume de vendas referente a compras feitas em apps de smartphone e tablet. Por exemplo, para delivery e retirada de comida, os clientes fazem pedidos pelo app, por navegador de internet no seu aparelho móvel ou navegador de internet no seu desktop. A parcela das vendas de cada categoria de app que ocorre por apps para aparelhos móveis é estimada usando informações coletadas de pesquisas de marketing ou dados sobre padrões de uso.^{xlviii} Por fim, o uso é atribuído às plataformas da Apple com base na participação geral de mercado do iOS.^{20,xlix}

Anúncios dentro de apps

Os anúncios dentro de apps são usados com frequência, constituindo um método eficaz de monetização de apps. Falou - Fast language learning, Wellhub (Gympass) e Upflix são exemplos de apps famosos que geram receita principalmente com anúncios dentro de apps. Alguns exemplos de games são Tennis Clash, Color by Number e Block Craft 3D. Esses apps costumam ser gratuitos, não sendo preciso pagar para baixá-los e utilizá-los, mas os anúncios dentro de apps também podem ser uma estratégia de monetização complementar para apps pagos ou aqueles que oferecem compras dentro de apps.

Os usuários têm passado cada vez mais tempo em seus aparelhos móveis, especialmente usando apps, o que fez com que uma maior parcela dos gastos com marketing digital fosse direcionada para anúncios dentro de apps.¹ Como os apps são usados frequentemente ao longo do dia — por exemplo, durante o trajeto até o trabalho ou durante uma pausa — os anúncios dentro de apps permitem que os anunciantes alcancem os usuários de formas que outros canais de publicidade não conseguem. Comparado com a internet em aparelhos móveis, o ambiente de apps é uma forma mais eficaz de os anunciantes atingirem seu público, e os anúncios dentro de apps possibilitam mensagens publicitárias mais personalizadas e relevantes, de acordo com o contexto.

A empresa de pesquisa em tecnologia Omdia estimou que as vendas de anúncios dentro de apps para iOS atingiram a marca de US\$ 1,4 bilhão (aproximadamente R\$ 7,5 bilhões) no Brasil em 2024 (consulte a **Tabela 1**, “Anúncios Dentro de Apps”).¹ Essa estimativa inclui a receita gerada apenas com a divulgação de anúncios dentro de apps e exclui anúncios na internet em aparelhos móveis (incluindo nos apps de navegadores de internet) e anúncios em buscas (incluindo o Apple Search Ads). A Omdia obteve essa estimativa com base

19 As vendas associadas a compras feitas em apps de navegadores móveis não são incluídas na análise.

20 A atribuição por participação de mercado do iOS quase certamente resulta em uma estimativa conservadora, porque indivíduos que possuem aparelho iOS tendem a gastar relativamente mais do que aqueles que têm aparelhos Android.

nas vendas de anúncios informadas por grandes empresas de publicidade digital. Em seguida, utilizou análises de dados de plataformas de publicidade para aparelhos móveis para ajustar diferenças de preços de anúncios entre as plataformas iOS e Android, e para atribuir a parcela referente ao iOS, limitando apenas a anúncios dentro de apps (ou seja, excluindo anúncios em navegadores de internet em aparelhos móveis). Este estudo usa a pesquisa da Omdia para venda de anúncios dentro de apps.

Fatores adicionais não incluídos nas estimativas

A App Store também tornou mais fácil e seguro para consumidores se inscreverem em serviços de assinatura e realizarem compras de produtos e serviços digitais. Isso pode resultar em vendas adicionais para desenvolvedores de apps, independentemente da plataforma escolhida pelos usuários para consumir os produtos e serviços digitais. Os apps também permitiram que empresas e indústrias tradicionais expandissem a oferta de uma ampla gama de produtos por meio de aparelhos conectados — aparelhos que normalmente requerem o uso de apps para controlá-los e monitorá-los. A App Store viabilizou uma nova geração de aparelhos para casa, como por exemplo termostatos e campainhas inteligentes, além de novas possibilidades para aparelhos de saúde inteligentes, como braçadeiras de pressão arterial, balanças e até mesmo aparelhos auditivos.

Sobre a autora



Silvia Fagá de Almeida, Ph.D., é sócia-fundadora da ecoa consultoria econômica e obteve o doutorado em economia pela Escola de Economia de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas. A Dra. Fagá tem uma vasta experiência em políticas públicas de antitruste, defesa da concorrência, regulação econômica e defesa comercial. Ela e sua equipe prestaram consultoria para muitos casos de antitruste de destaque que foram indicados a prêmios. A Dra. Fagá também é professora do curso de MBA da FGV e foi professora de microeconomia e organização industrial da Escola de Economia de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas. Ela também trabalhou como professora na Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE).

Fontes

- i DataReportal, "Digital 2025: Global Overview Report", 5 de fevereiro de 2025.
- ii Similarweb, "Most Popular iPhone Apps Ranking in Brazil on September 5", 5 de setembro de 2024.
- iii 99, "Quem Somos".
- iv Food Research International, "Exploring dark kitchens in Brazilian urban centres: A study of delivery-only restaurants with food delivery apps", 2023.
- v iFood, "O que é o iFood? Conheça a história e a operação da empresa", 23 de março de 2023.
- vi Apple, "App Store Preview: iFood: pedir delivery em casa".
- vii iFood, "Entregador iFood é CLT? Entenda por que não há vínculo empregatício com plataformas de delivery", 4 de dezembro de 2024.
- viii Kobe Apps, "Home"; Kobe Apps, "Plataforma Mobile Commerce".
- ix Kobe Apps, "Histórias de sucesso".
- x Nubank, "Nubank named the Best Digital Bank in Latin America by Euromoney", 19 de julho de 2024.
- xi Nubank, "Nubank reaches 100 million customers in Brazil", 11 de novembro de 2024.
- xii gov.br, "Onde usar a conta gov.br".
- xiii Magazine Luiza, "Nossa Estratégia".
- xiv Magazine Luiza, "Nosso Ecossistema".
- xv Bloomberg Línea, "Guerra do streaming: Globoplay desafia Netflix pela liderança do mercado", 23 de fevereiro de 2023.
- xvi Apple, "Prévia da App Store: Globoplay: BBB 25, novelas e +"; Bloomberg Línea, "Guerra do streaming: Globoplay desafia Netflix pela liderança do mercado", 23 de fevereiro de 2023.
- xvii World Bank, GDP per capita, PPP (current international \$).
- xviii Apple, "App Store Preview: Zen: Guided Meditation & Sleep".
- xix Marcos Tanaka, "My Apps".
- xx Tribunal Superior Eleitoral, "Aplicativo e-Título: Perguntas frequentes - FAQ".
- xxi Apple, "App Store Preview: Árvore".
- xxii Árvore, "Seus alunos engajados em aprender".
- xxiii Apple, "App Store Preview: Prêt à Template".
- xxiv Prêt-à-Makeup, "About Us".
- xxv Moises, "Moises' Cutting-Edge Music Tools Crowned iPad App of the Year 2024", 11 de dezembro de 2024.
- xxvi Wildlife Studios, "Who We Are".
- xxvii Apple, "App Store Preview: SmartGym: Gym & Home Workouts".
- xxviii Apple, "Apple Watch App of the Year: SmartGym", 2023.
- xxix Apple, "Introducing the 2024 Apple Design Award winners", 2024.
- xxx Apple, "App Store Preview: Falou - Fast language learning".
- xxxi Apple, "App Store Preview: PlayKids+ Kids Learning Games".
- xxxii Infinum, "Android Development is 30% More Expensive Than iOS. And We Have the Numbers to Prove It!", 27 de outubro de 2015.
- xxxiii PurpleSec, "2024 Cyber Security Statistics: The Ultimate List Of Cybersecurity Stats Data, & Trends", 2024.
- xxxiv Trispy, "Your Travel Toolkit".
- xxxv Apple, "App Store Awards: Meet the Winners and Finalists", 2024.
- xxxvi Apple, "App Store Preview: Grammatisch - Learn German".
- xxxvii Global Anti-Scam Alliance, "1-in-3 Brazilians Targeted by Scammers in the Last 12 Months as Estimated Losses Reach US\$54 Billion", 30 de outubro de 2024.
- xxxviii Fórum Brasileiro de Segurança Pública, "Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2024", 2024.
- xxxix CTIR Gov, "Estatísticas resultantes do trabalho de detecção, triagem, análise e resposta a incidentes cibernéticos", janeiro de 2025.
- xl TechCrunch, "A Brazilian phone spyware was hacked and victims' devices 'deleted' from server", 26 de agosto de 2023.

O Ecossistema da Apple no Brasil: Valor para usuários e desenvolvedores

- xli Cyble, “Malicious App Targets Major Brazilian Bank Itaú Unibanco”, 23 de dezembro de 2021.
- xlii Veja, por exemplo, National Online Safety, “What parents need to know about The App Store”, setembro de 2018.
- xliii Statista, “Digital Market Outlook”; Poder 360, “Com assinatura barata, jornais turbinam digital em 2023”, 22 de janeiro de 2024; Poder 360, “Revistas em 2021: impresso cai 28%; digital retrai 21%”, 30 de março de 2022; outras pesquisas de mercado.
- xliv Comscore, “US Share of App Minutes and Unique Visitors, 2022 and 2024”; Quantum Marketer, “Spotify Statistics 2025: Users, Market Share, Growth & Revenue”; Relatórios anuais das empresas; outras pesquisas de mercado.
- xlv Statcounter.
- xlvi Formulários 10Ks e relatórios anuais das empresas; outras pesquisas de mercado.
- xlvii Statista, “Mobility Market Outlook”; Statista, “Digital Market Outlook”; EMARKETER, “Country Retail eCommerce and mCommerce Sales”; Cebrap, “Mobilidade urbana e logística de entregas: um panorama sobre o trabalho de motoristas e entregadores com aplicativos”, 2023.
- xlviiii J.P. Morgan, “2021 Global E-Commerce Trends Report”; outras pesquisas de mercado.
- xlix Statcounter.
- l ZDNet, “Brazilians spend more time on smartphones than rest of the world”, 23 de julho de 2021; PCMI, “Essentials of Brazil’s E-Commerce Market”, 1 de janeiro de 2025; Statista, “In-App Advertising – Brazil”, 2024.
- li Omdia, “App Ecosystems Forecast – 2023–2028”, março de 2024.